

编者按 / “中国式支付”正在引领全球消费者支付潮流。而在深刻改变人们的生活、交易方式的同时,移动支付也带动了共享单车、网约车、智慧医疗、无人零售等新兴产业机会的快速崛起。在带动多个行业提升运行效率的同时,移动支付也在出征海外,进一步提升我国科技产业的国际影响力。

中国“名片”领跑新经济 移动支付重塑行业

本报记者 李晖 北京报道

中国移动支付的领跑优势持续得到官方认可。

3月5日,在2018年政府工作报告中,国务院总理李克强指出:“过去五年,创新驱动发展成果丰硕”

移动支付成中国新名片

在被正式写入政府工作报告之前,包括移动支付在内的四张“新名片”已经得到民间的高度肯定。2017年5月,来自“一带一路”沿线的20国青年评选出了中国的“新四大发明”:高铁、扫码支付、共享单车和网购入选。而在更早前,通过G20峰会,“移动支付之城”杭州的高速发展已经引发世界关注。

从规模上看,中国移动支付目前已稳居世界第一。包括国有商业银行、第三方支付机构、清算机构卡组织等参与方近年来均已先后入局,并逐年加大在该领域的投入。而扫码、NFC等不同模式的竞争也让移动支付产品形态更为丰富多样。来自央行的最新数据显示,2017年银行业金融机构共处理移动支付业务375.52亿笔,金额202.93万亿元,同比增长28.80%;

行业赋能提速

在发展规模、速度、安全性和渗透场景领跑全球的同时,移动支付通过小入口与实体经济的深度结合,激活业态,真正实现了改变甚至重塑行业。

著有《中国超级消费者》一书的美国汤普金斯国际咨询公司副总裁迈克尔·扎库尔在去年接受媒体采访时曾表示:中国已经成为全球数字创新和互联网经济的主要大国之一。中国培育了诸多创新、有活力的领军企业,它们正在参与改变世界沟通、消费和娱乐的方式。

共享单车、网约车、智慧医疗、无人零售……这些在中国因应市场痛点而崛起的新兴行业,回顾其爆发无一不是通过移动支付实现了模式“打通”——完成了高效安全的资金归集与数据沉淀。而这些数据又为用户提供了新的服务可能,通过了一套算法模型整理后,实体店可以实现更深刻的客户洞察

并针对性地做出决策:比如爆款商品是否应该调整摆放位置;超市的供应链是不是需要系统地优化一次……

代表专家谈移动支付

本报记者 李晖 北京报道

《中国经营报》:近年来,国务院对新业态新模式反复强调“包容审慎”监管,而另一方面移动支付由于其金融属性也需要防范潜在风险,对此有何看法?

全国政协十一届、十二届委员,中国银行原外部监事梅兴保:

在对移动支付领域的监管上,可以遵循“先多样化,后规范化”的路径,在设计改革方案和确定指导方针时,既要全覆盖、不留死角,也要为新业态留下继续创新和发展的空间。

建议在监管时要充分地发挥行业治理组织的作用、行业治理机构的作用,这个行业治理机构特别是以民营企业为创新主体的行业,这样既能形成制度化措施防范恶性竞争,又多了一个向上沟通和反映诉求的渠道。而需要注意的是不能把这个行业治理机构当成一个监管部门的子部门,要形成一个真正的市场中介,发挥起行业自律的作用。

全国政协委员、庆达投资集团有限公司董事长孙太利:

当前移动支付在为社会带来巨大便利的同时,由于法律不规范、APP监管不到位等因素潜伏着一些安全盲区,建议从几个方面降低风险,第一,完善法律法规,尽快完善个人信息法及相应的法律法规,细化原则性规定,促进金融市场健康。第二,强化移动支付监管技术,严惩不法分子。第三,对于移动支付

迅猛生长成为中国经济发展中的独特风景。随着智能手机推出奠定移动互联网发展的硬件基础,以支付宝等为代表的移动支付开始在线下崛起,基于移动支付的各种场景也由此应运而生。

如今,在中国很多城市,人们

城市,甚至可以做到不用带钱包出门,日常消费几乎不需要拿出现金或银行卡,大大提升了整个金融支付体系的运转效率。

中央财经大学教授贺强对中国支付市场的跟踪观察已超过十年,作为全国政协委员曾多次提交相关提案。在他看来,中国移动支付的领先地位一方面基于规模,另一方面则在于技术水平保障了较高的交易安全性。“根据市场披露数据,国际领先的支付机构损失率千分之三,国内信用卡的损失率是万分之一,而中国移动支付损失率低于百万分之一。”他指出。

作为交易起点和终点,支付向来被认为是整个经济社会运转的地基,是最重要的金融基础设施。而移动支付的崛起,又承载了更多此前支付行为不具备的“新能力”。

中国移动支付市场将继续爆发

移动支付。不仅避免了假币、零钱、排队办卡充值的烦恼,更为交通集团的商业化创造了良好前景。

在国人最头痛的看病难问题上,移动支付也给出了全新解思路。在打造智慧医院后,患者在很多医院都实现了用支付宝挂号、缴费,立竿见影疏解了医院窗口排队压力,就医效率得到大幅提升。在此基础上,“信用医疗”千元额度的推出则解除了小病、急病患者的后顾之忧。

移动支付赋能行业的前提在于可以真正实现打通线上线下,这也让此前饱受“电商”崛起压力的线下实体店得以快速缩小差距。通过移动支付,线下商业实现数字化改造——每个进店的客人都能像电商网站中的UV一样被认知辨别,从前看似随机无痕的各种行为细节,被系统性地数字化并沉淀下来,通过一套算法模型整理后,实体店可以实现更深刻的客户洞察并针对性地做出决策:比如爆款商品是否应该调整摆放位置;超市的供应链是不是需要系统地优化一次……

APP提高审核标准,提升进入门槛。第四,加强金融平台监管,完善应急预案。第五,政府部门及行业要加强社会信用体系建设,加大宣传力度,强化公民安全意识。

全国政协十二届、十三届委员,中央财经大学教授贺强:

近几年,“伪P2P”“伪网贷”企业,引发了一系列风险案件。为此,管理层加强了互联网金融监管。而第三方支付由于实行持证上岗,规范管理,虽然并没有产生较大风险,但是也受到加强监管的很大影响。例如限制支付额度、限制远程开户等一些举措,在强调风险管理的同时,也对移动支付的市场创新活力产生了抑制。

《中国经营报》:在移动支付“走出去”的过程中,官方和市场应该扮演怎样的角色,如何才能通过合力保持和壮大我国移动支付的国际领先优势?

全国政协十二届、十三届委员,中央财经大学教授贺强:

将移动支付作为推进普惠金融国策的核心战略,为移动支付创新与“走出去”提供良好的政策环境。政府应支持企业进行具有社会意义的创新,如试点生物识别应用于偏远农村地区的远程开户等。做强国内为基础,为“走出去”完善配套政策,进一步提升移动支付的国际竞争力。此外应该支持将移动支付作为“一带一路”倡议的一部分,鼓励中国企业与国外机构合作。特别应该鼓励中国企业牵头制定国

际支付行业标准,增强“中国标准”的话语权。勇于与“西方标准”竞争,争夺未来发展“制高点”。

国家金融与发展实验室副主任、对外经贸大学教授殷剑锋:

我国在移动支付方面应该有一个非常明确的国策,移动支付除了在国内经济金融运行中起到非常重要的作用之外,随着中国经济走出去,“一带一路”、人民币国际化,移动支付对于增强中国在海外的经济金融实力,作用巨大。一个国家的货币要成为国际货币,必然意味着这个国家的支付体系向海外向全球的延伸。推动中国经济金融走出去,推动人民币国际化的过程中,移动支付可以有更大作为。目前在“一带一路”的项目中,主要是央企做基础设施建设,比如铁路、公路、桥梁基础设施,移动支付可以作为软实力、软性的基础设施进行输出,做到支付网络的互联互通。

《中国经营报》:如何看待移动支付代表的普惠金融业务在国民经济中的作用?

全国人大代表、中国人民银行广州分行行长、国家外汇管理局广东省分局局长王景武:

加快移动支付创新应用是推动普惠金融发展的重要支撑。统筹推进移动支付创新应用统筹推进移动支付创新应用主要方向包括五个方面:一是构建移动支付创新应用的政策支持体系,推动联合制定移动支付创新应用相关政策措施及激励机制,推动各市场主体公平准

入、公平竞争。二是加大普惠金融基础设施建设,鼓励新兴技术与移动支付服务融合应用。加快组织实施电信普遍服务,优化网络质量。三是构建数字普惠金融法律监管框架,完善移动支付风险治理体系。四是大力推动移动支付在公共民生领域应用,满足人民美好生活需要,促进交通、金融行业开放融合。五是大力支持移动支付“走出去”,加强与“一带一路”沿线国家的政策沟通,健全完善合作监管机制,推动移动支付标准和技术输出,推进互联互通,促进金融市场稳定高效运行。

中央财经大学金融学院教授郭田勇:

在政府工作报告中,提出今年要抓好决胜全面建成小康社会三大攻坚战,这其中在精准扶贫领域,移动支付可以起到非常好的渗透和助推作用。无论你是“万元户”还是“百万元户”,凡是用智能手机的人,都有着同样的移动支付场景,这让贫困地区人口能更好地接受各方信息,这是真正实现普惠金融的民生工程。

另一方面,移动支付也助推了中国整个金融业的发展水平。在中国刚刚加入到WTO时,国内银行业担心外资银行“狼来了”,但现在回过头看,狼并没有来,曾经期待的鲇鱼效应没有明显发生。而依托互联网迅速成长的第三方支付机构成为了行业“鲇鱼”,倒逼传统银行要去思变和提升,由此推动了整个中国金融业全面的水平提升甚至可以做到“弯道超车”。

段向其他行业输出后,又形成了新的产品创新循环。”

在梅兴保看来,移动支付的市场主体在创新的过程中,需要注意的一点是守住小额、便民、普惠的宗旨,在特定领域规范地深耕细作,再创造条件做大。“先多样化,后规范化”,梅兴保借用农村改革时的经验举例,认为在监管时,不应该看到出现问题就停下来。他认为,在设计改革方案和确定指导方针时,既要全覆盖、不留死角,也要为新业态留下继续创新和发展的空间。

尽管被《经济学人》誉为全球金融科技领域的“领路人”,但中国移动支付在国际化的过程中并非一片坦途。在贺强看来,中国移动的“走出去”正面临着来自国内外的压力。

内部压力来自此前国内互联网金融行业野蛮生长导致的风险蔓延。在贺强看来,过去几年,市面上出现不少打着创新幌子的“伪P2P”“伪区块链”企业,并引发风险案件,而这引发监管持续强化,一定程度影响了移动支付的创新活力。

而外部压力则是面临“走出去”过程中如何突破当地金融市场的壁垒,重建金融基础设施以及国际标准制定上的话语权缺乏。

在今年两会上,腾讯CEO、政协委员马化腾就在接受采访时公开表示,真正要做跨境支付的企业,包括在当地要申请类似移动支付第三方支付牌照的话,难度比较高。“我们出去探索了一轮才知道,原来中国的第三方支付这么先进,国外是没有这样的优势的。”而他也透露,拿到牌照之后,发现当地很多基础设施还有待建设,有些银行无法提供接口。“如果实现不了互联互通的话,很多进展无法进一步推动。”

这些突围难点其实也源于支付标准的不兼容。贺强透露,长期以来,国际上的支付标准由VISA和MASTER等西方银行卡组织发起的产业联盟EMVCo制定,全球银行和商户必须遵守这一“标准”。针对中国领先的二维码支付,EMVCo也在去年制定标准并在全球推广。“一旦EMVCo

移动支付“造船出海” 仍需夯实国际话语权

本报记者 李晖 北京报道

立足于国内渗透重塑行业,领跑新经济的同时,近年来,以支付宝、银联、微信支付等为代表的支付领先力量一方面随国人出境而走向世界,在日本、芬兰、美国等诸多国家,支付宝等中国移动支付的图标频频于机场、大型商场等地。

另一方面,借助“一带一路”的契机,通过技术输出,通过“造船出海”惠及友邻,类似支付宝

出海先锋带动友邻数字转型

受益“出境热”带动的相关配套服务“走出去”,携带成熟的技术、商业模式开辟海外市场被纳入越来越多中国金融科技企业的发展战略,而移动支付正是其中的“急先锋”。数据显示,2017年春节黄金周,支付宝跨境线下交易笔数同比上年劲增5倍,通过向海外合作伙伴开放支付、跨境O2O、数据运维等基础能力,目前支付宝已在欧美、日韩、东南亚、中国港澳台等全球30多个国家和地区落地,接入的海外线下商户门店范围涵盖餐饮、超市、百货、便利店、免税店、主题乐园、海外机场、退税等几乎所有吃喝玩乐消费场景。

事实上,在海外布局上发力较早的蚂蚁金服已经搭建起一条较为明确的路径:提升中国游客出境游体验的跨境线下业务(扫码付款),全球收全球付的跨境支付系统以及全球范围内分享现金技术经验的普惠金融实践组成了蚂蚁金服全球化的三个重要板块。

以“分享技术经验”的“技术出海”为例,蚂蚁金服对印度支付企业Paytm的“再造”颇具代表性。2015年,蚂蚁金服对印度Paytm开展了两轮投资,而在出资之外,其开始提供多种技术经验支持:从系统架构改造,到风控体系搭建,再到数据分析、运营方式,提供了一揽子“中国方案”,全面帮助Paytm提升平台能力,让后者用户数量由此从2015年的2500万人增加到了2017年的2.5亿人,一跃成为全球第三大电子钱包。

“走出去”仍需强化话语权

标准成为主流,将使中国移动支付产业处于国际竞争的劣势。”

对此贺强也提出了自己的建议:应该鼓励中国企业牵头制定国际支付行业标准,增强“中国标准”的话语权。政府应鼓励中国支付企业全球推广“中国标准”,勇于与“西方标准”竞争,争夺未来发展“制高点”。

但在更高层面,他认为,首先应该将移动支付作为推进数字普惠金融国策的核心战略,继续为移动支付创新与走出去提供良好的政策环境。政府应支持企业进行具有社会价值的有益创新,如试点生物识别应用于偏远农村地区的远程开户等。

其次,应支持将移动支付作为“一带一路”倡议的一部分,鼓励中国企业与当地机构合作。中国移动支付具备领先优势,周边国家也迫切需要移动支付建设,政府应从政府间合作、外汇管理、信贷政策等方面鼓励中国企业与当地机构合作,造福沿线居民。

对外经贸大学教授殷剑锋同意上述观点,在他看来,不应把移动支付仅仅视作第三方支付,应该有更高层次的理解。殷剑锋认为,美元作为全球霸权货币其中一个重要原因就是美国人主导了现在的支付体系,“一个国家的货币要成为国际货币,必然意味着这个国家的支付体系向海外向全球的延伸。在‘一带一路’建设过程中,基础设施非常关键,高铁、大桥这些属于硬件基础设施,而支付体系是软性基础设施,它是人民币国际化和很多企业国际化的一个基础。”

